

# OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN PT MERPATI NUSANTARA DI MEDIA ONLINE

(Analisis Isi Obyektivitas Pemberitaan Tentang Pailit PT Merpati  
Nusantara di Media Online Tempo.Com)

SKRIPSI



DI SUSUN OLEH

Simon Agus Pratama Rumbewas

NPM 0943010204

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMURFAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SURABAYA 2014

OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN PT MERPATI NUSANTARA DI MEDIA  
ONLINE

(Analisis Isi Obyektivitas Pemberitaan Tentang Pailit PT Merpati Nusantara di  
Media Online Tempo.Com)

Disusun Oleh :

Simon Agus Pratama Rumbewas

0943010204

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian / Seminar Skripsi

Menyetujui,  
PEMBIMBING

Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si  
NPT. 370069400351

Mengetahui,  
DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, Msi  
NIP 195507.1819.8302.2001

OBJEKTIVITAS PEMBERITAAN PT MERPATI NUSANTARA DI MEDIA  
ONLINE  
(Analisis Isi Obyektivitas Pemberitaan Tentang Pailit PT Merpati Nusantara di Media Online  
Tempo.Com)

Disusun Oleh :

Simon Agus Pratama Rumbewas

NPM 0943010204

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji  
Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 12 Juni 2014

Menyetujui,

Pembimbing:

Tim Penguji :

1. Ketua

Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si  
NPT. 370069400351

Juwito S.Sos, M.Si  
NPT. 36704 95 00361  
2. Sekretaris

Dra. Herlina Suksmawati, M.Si  
NIP. 196412251993092001  
3. Anggota

Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si  
NPT. 370069400351

Mengetahui,  
Dekan

Dra. Ec. Hj. Suparwati, Msi  
NIP 195507.1819.8302.2001

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **OBYEKTIVITAS PEMBERITAAN PT MERPATI NUSANTARA DI MEDIA ONLINE.**

Penulis akui bahwa kesulitan selalu ada di setiap proses pembuatan skripsi ini, tetapi faktor kesulitan itu lebih banyak datang dari diri sendiri. Semua proses kelancaran pada saat pembuatan skripsi ini tidak lepas dari segala bantuan dari berbagai pihak yang sengaja maupun tak sengaja telah memberikan sumbangsihnya.

Selama melakukan penulisan penelitian ini, tak lupa penulis menyampaikan rasa terima kasih pada bapak Drs. Syaifuddin Zuhri, M.Si. sebagai dosen pembimbing yang telah membantu penulis selama menyelesaikan ini.

Adapun penulis sampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT. Karena telah melimpahkan segala karuniaNya, sehingga penulis mendapatkan kemudahan selama proses penulisan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ir. H. Teguh Suedarto, Mp, selaku Rektor UPN “Veteran” Jatim
3. Ibu Dra. Hj. Suparwati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Juwito, S.Sos, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi, terutama kepada Ibu Dra. Sumardijati, M.si yang telah banyak memberikan ilmu dan masukan-masukan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Serta tak lupa penulis memberikan rasa terima kasih secara khusus kepada:

1. Kedua orang tua penulis yang sangat berjasa bagi penulis, terima kasih atas doa restu dan semangat yang diberikan selama ini.
2. Adik dan kakak serta seluruh keluarga yang tak henti-hentinya memberikan dukungan kepada penulis.
3. Teman dan sahabat seperjuangan yang sudah banyak membantu memberi masukan dan saran kepada penulis
4. Dan seluruh pihak yang sudah membantu penulis menyelesaikan penulisan skripsi ini, terima kasih sebesar-besarnya semoga segala bantuan yang sudah diberikan dicatat sebagai amal yang baik oleh Allah SWT. Amin

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah dibutuhkan guna memperbaiki kekurangan yang ada.

Akhir kata semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya teman-teman di Jurusan Ilmu Komunikasi.

Surabaya, 9 Juni 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

### Halaman

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR LAMPIRAN.....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
ABSTRAKSI .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	12
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Landasan Teori.....	20
2.2.1 Pengertian Media Massa dan Komunikasi Massa .....	20
2.2.2 Berita .....	24
2.3 Pers Dalam Kaidah Jurnalistik .....	31
2.4 Objektivitas Berita .....	36
2.5 Konsep Penyajian Berita.....	40
2.6 Kerangka Berpikir .....	43

BAB III	METODE PENELITIAN .....	45
3.1	Definisi Operasional .....	45
3.1.1	Pailit PT. Merpati Nusantara Airlines .....	45
3.1.2	Bagaimana Pemberitaan Mengenai Pailit PT. Merpati Di Tempo.com.....	48
3.2	Kategorisasi Obyektifitas Pers .....	52
3.2.1	Akurasi Pemberitaan .....	52
3.2.2	Fairnes dan Ketidakberpihakan Pemberitaan .....	54
3.2.3	Validitas Keabsahan Pemberitaan .....	54
3.3	Prinsip Objektivitas.....	56
3.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	62
3.4.1	Populasi .....	62
3.4.2	Sampel Dan Teknik Penarikan Sampel .....	62
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	63
3.6	Teknik Analisis Data .....	64
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	65
4.1.1.	Sejarah Tempo.com.....	65
4.2.	Penyajian Data.....	66
4.3.	Analisa Data .....	69
4.3.1.	Penyajian Data dan Analis Data Berita 1.....	70
4.3.2.	Penyajian Data dan Analis Data Berita 2.....	76
4.3.3.	Penyajian Data dan Analis Data Berita 3.....	80
4.3.4.	Penyajian Data dan Analis Data Berita 4.....	84
4.4.	Pembahasan .....	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	91
5.1.Kesimpulan .....	91
5.2.Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA .....	93
DAFTAR LAMPIRAN .....	95



### ABSTRAK

Simon Agus Pratama Rumbewas. Objektivitas pemberitaan PT. Merpati Nusantara di media online. (Analisis Isi Objektivitas Pemberitaan Tentang Pailit PT. Merpati Nusantara di Media Online Tempo.com).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui objektifitas berita pada media online tempo.com dalam pemberitaan mengenai pailit yang dialami oleh PT. Merpati Nusantara.

Landasan teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah Surat kabar, Karakteristik Surat Kabar online, Pengertian Dan Fungsi Pers, teori kebebasan pers, objektifitas berita. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode riset kuantitatif, yang menggunakan analisis yang telah dirinci oleh Rachma Ida. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh berita yang di tampilkan di media online tempo.com tentang pailit PT. Merpati Nusantara.

Hasil dari penelitian ini adalah pemberitaan di tempo.com mengenai pailit PT. Merpati Nusantara tidak objektif.

Kata Kunci : analisis isi berita, objektifitas, rachma ida, PT. Merpati, Tempo.com

### ABSTRACT

Simon Agus Pratama Rumbewas. The Objectivity news PT. Merpati Nusantara in online media. (Content Analysis of Objectivity Coverage On Bankrupt PT. Merpati Nusantara Online Media Tempo.com).

The purpose of this study was to determine the objectivity of news on online media in news reporting tempo.com in reporting on bankruptcy experienced by PT. Merpati Nusantara.

Theoretical basis used in this study is Newspaper, Newspapers Characteristics, Definition And Function Press, theory of press freedom, news objectivity. The method used in this study is a quantitative research method, which uses the analysis that has been specified by Rachma Ida. The population in this study were all in the show in the news media about reporting online tempo.com in reporting on bankruptcy experienced by PT. Merpati Nusantara.

The results of this study are in kompas.com news reporting about the in reporting on bankruptcy experienced by PT. Merpati Nusantara is not objective

Keywords: Analysis Of News Content, Objectivity, Rachma Ida, PT. Merpati, Tempo.com

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu kebutuhan utama manusia adalah informasi, dalam perkembangan yang terjadi saat ini semakin banyak individu maupun kelompok yang membutuhkan informasi. Informasi tidak hanya digunakan sebagai kebutuhan semata, melainkan juga alat untuk mendapatkan kekuasaan. Penguasaan terhadap media informasi mampu menjadikan kita sebagai penguasa. Seperti yang ada dalam pandangan umum bahwa penguasa media informasi merupakan penguasa masa depan. (Romli 1999:26)

Faktor terbesar yang bisa menunjang penyebaran informasi kepada khalayak adalah dengan media massa. Media massa telah menjadi fenomena tersendiri dalam proses komunikasi, hal ini bisa tergambar dari relita yang ada saat ini banyak koran-koran baru, stasiun televisi baru, dan berbagai sarana media massa. Masing-masing media mempunyai kelebihan dan kekurangan tersendiri.

Salah satu kelebihan surat kabar dibanding media lain adalah surat kabar lebih terdokumen, sehingga bisa “dikonsumsi” kapan dan dimana saja. Berbeda dengan penyajian informasi pada media televisi, di media televisi kita harus berada di depan televisi pada jam-jam tertentu. Hal inilah yang membuat surat kabar masih tetap

disukai. Karena berita di surat kabar lebih terdokumen maka efek negatifnya akan lebih termemori (apabila pemberitaan tersebut negatif), begitu juga sebaliknya.

Semakin banyaknya jumlah dan beragamnya jenis surat kabar yang beredar di masyarakat saat ini dapat memberi dampak maupun pengaruh pada penerbit surat kabar maupun pembaca. Pengaruh akan banyaknya penerbit adalah konsumen / pembaca akan lebih selektif dalam pemilihan surat kabar, sedangkan untuk penerbit mereka harus selalu berupaya memperbaiki dan meningkatkan penyajian berita-beritanya.

Untuk dapat memberikan informasi kepada masyarakat, media atau pers dituntut untuk bisa menambah pengetahuan pembacanya dengan menyajikan informasi yang memiliki kebenaran, kepentingan, dan manfaat. Dengan banyaknya aneka ragam surat kabar pembaca menjadi lebih selektif dalam memilih surat kabar yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Setiap surat kabar mempunyai ragam berita, mulai dari bidang ekonomi, sosial, politik, budaya, kriminal, sampai pada pemberitaan seleb. Surat kabar dapat memberikan porsi yang berbeda terhadap suatu kejadian yang sama. Surat kabar satu menyajikan sebuah berita sebagai berita utama belum tentu pemberitaan tersebut menjadi berita utama pula di surat kabar lain, bahkan bisa saja tidak dimuat sama sekali.

Berita diproduksi dan didistribusikan oleh pers. Pers menyanggah peran ganda yaitu sebagai produsen berita dan saluran dalam sebuah proses komunikasi. Pers

sebagai penghubung antara komunikator dengan komunikan. Kebebasan media dilindungi oleh undang-undang yang menjamin beropini dan kebebasan memberikan informasi kepada masyarakat.

Berita harus memenuhi beberapa unsur yang nantinya akan membuat suatu berita tersebut bisa layak untuk dimuat. Pertama-tama berita harus cermat dan tepat atau dalam bahasa jurnalistik harus akurat. Selain akurat berita harus lengkap, adil, dan berimbang. Kemudian berita pun harus tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri atau dalam bahasa akademis berita harus objektif. Karena berita memiliki power untuk membentuk opini publik, jadi sesuatu yang ditulis oleh media harus memenuhi unsur-unsur di atas agar tidak ada pihak yang dirugikan. (Kusumaningrat 2006 : 47). Untuk melihat objektivitas berita yang ada dalam berita mengenai Pailit PT. Merpati di media online Tempo.com, berikut rangkuman cuplikan berita :

(Sumber : Tempo.com edisiRabu, 22 Januari 2014 | 09:32 WIB). Utang besar yang melilit maskapai pelat merah PT Merpati Nusantara Airlines membuat pemerintah pusing. Berbagai cara diusahakan untuk menghidupkan kembali maskapai yang punya kekhususan penerbangan jalur perintis ini. Namun, tak terduga opsi dibangkrutkan mengemuka demi menghapus utang-utang Merpati. Direktur Jenderal Perhubungan Udara Harry Bakti menuturkan bahwa dalam rencana bisnis yang dirembuk oleh PT Perusahaan Pengelola Aset dan Kementerian Badan Usaha Milik Negara adalah Merpati akan dibangkrutkan secara bertahap.

Namun, kata dia, hal ini belum menjadi kebijakan yang pasti. Artinya masih akan dirapatkan bersama-sama Kementerian Perekonomian. Menurut direktur utamanya, business plan-nya sudah disiapkan dan sudah dibahas di Kementerian BUMN. Nanti tinggal menunggu rapat bersama BUMN, Kemenhub, Merpati dan semua yang terkait.

(Sumber : Tempo.com Senin, 03 Februari 2014 | 06:32 WIB). Berita selanjutnya mengenai Direktur Operasional PT Merpati Nusantara Airlines, Daryanto mengatakan bahwa maskapai meniadakan penerbangan mulai 1 sampai 5 Februari 2014. Selain itu, semua izin penerbangan Merpati akan disuspen hingga akhir Februari 2014. Langkah tersebut diambil karena pendapatan maskapai semakin menurun seiring dengan rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat.

Sebelumnya untuk menekan biaya operasional, Merpati sudah mengurangi rute penerbangan sejak 27 Januari 2014. Daryanto mengatakan maskapai mempunyai beberapa masalah antara lain tanggungan asuransi yang harus dilunasi pada 11 Februari 2014 dan 28 Februari 2014, sistem reservasi harus di bayar pada 31 Januari 2014 lalu. Selain itu ada tuntutan gaji yang harus dipenuhi, ketidakmampuan membeli bahan bakar, dan pengembalian uang tiket yang tidak sedikit. Flight hanya 2 Boeing, 3 MA60, 1 Cassa dan 2 Dhc6. Akan tetapi itupun tidak bisa dijalankan. Sehingga sampailah ke titik dimana tidak mampu melakukan kegiatan operasional sebagai mana mestinya.

(Sumber : Tempo.com Senin, 03 Februari 2014 | 06:38 WIB). Merpati tetap menjalankan proses kerja sama operasi (KSO) dengan sejumlah pemerintah daerah dan melaksanakan restrukturisasi perusahaan. Sementara proses KSO tetap berlangsung, pembentukan anak perusahaan, divestasi aset juga dilakukan, dan langkah debt to equity (mengalihkan utang menjadi saham) masih dalam kerangka restrukturisasi dan revitalisasi.

Selain itu, untuk para karyawan yang jumlahnya sebanyak 2.300, dan belum digaji hampir selama tiga bulan, Merpati menyatakan tetap akan mengusahakan pembayarannya. Dalam situasi dan kondisi sulit ini kami juga tetap concern menyampaikan ke top manajemen agar segera terpenuhinya hak normatif yang tertunda. Merpati menyatakan sementara menghentikan penerbangannya dan membekukan semua rutenya hingga akhir Februari 2014. Manajemen menyatakan akan terbang lagi bila telah ada kesiapan dan kondisinya telah kondusif.

(Sumber : Tempo.com Senin, 03 Februari 2014 | 09:43 WIB). Selain itu, Kementerian Perhubungan menyatakan belum menerima laporan dari PT Merpati Nusantara Airlines mengenai penghentian penerbangan maskapai itu. Kalau dalam 21 hari tidak juga menerima laporan dari manajemen maskapai, izin rutenya bisa diberikan kepada airline lain. Jika Merpati menyampaikan laporan mengenai penghentian penerbangan itu, pemerintah akan memberi waktu hingga 30 hari sebelum pencabutan izin rute dilakukan. Namun, apabila tidak melapor, maskapai hanya diberi waktu selama 21 hari. Jika sudah melewati toleransi waktu tersebut dan

ingin beroperasi kembali, maskapai harus mengajukan ulang izin rute yang akan dilayani.

Kementerian Perhubungan tidak pernah men-suspend izin rute, itu Merpati sendiri yang melakukan, Penurunan pemasukan serta kepercayaan masyarakat dan agen menyebabkan Merpati menghentikan penerbangan. Padahal maskapai pelat merah itu sudah melakukan pemangkasan rute pada 27 Januari 2014 dan hanya mengoperasikan dua Boeing, tiga pesawat MA60, satu pesawat Cassa, serta dua pesawat twin otter DHC-6. "Kami terhindar dari not otherwise classified (NOC) 28 Januari, tapi masih ada tanggungan asuransi yang harus dibayar lagi tanggal 11 Februari dan 28 Februari. Ada lima kendala yang dihadapi oleh Merpati. Pertama, sistem reservasi harus dibayar pada 31 Januari 2014. Kedua, tuntutan gaji karyawan yang harus dipenuhi. Ketiga, maskapai wajib melunasi dan melakukan pembayaran untuk termin selanjutnya. Keempat, keterbatasan kemampuan membeli bahan bakar. Kelima, biaya pengembalian tiket.

Oleh karena itu, Merpati meniadakan penerbangan hingga 5 Februari mendatang. Selain itu, maskapai itu pun men-suspend semua izin rute hingga akhir Februari 2014. Namun, Merpati akan segera beroperasi kembali di rute-rute tersebut apabila sudah ada kesiapan.

Berita di atas merupakan kutipan dari media online Tempo.com, dalam beberapa kali upload pada tanggal 22 Januari 2014. Dalam penulisan berita tersebut judul berita dituliskan dengan ukuran besar dan juga dimasukkan kedalam topic

mengenai Pailit PT. Merpati Nusantara. Menurut Junaedhi (1991 : 29) berita yang ditulis dengan huruf ukuran besar pada judulnya merupakan berita utama atau berita istimewa. Berita utama dilakukan selektif mungkin sesuai dengan kebijaksanaan redaksionalnya, dan sesuatu yang dianggap paling pantas diketahui oleh masyarakat pada saat itu.

Definisi tentang objektivitas berita sangat beragam, namun secara sederhana dapat dijelaskan bahwa berita yang objektif adalah berita yang menyajikan fakta, tidak berpihak dan tidak melibatkan opini dari wartawan. Objektivitas menurut McQuail (1994 : 130) lebih merupakan cita-cita yang diterapkan seutuhnya. Dalam sistem media massa yang memiliki keanekaragaman eksternal, terbuka kesempatan untuk penyajian informasi yang memihak, meski sumber tersebut harus bersaing dengan sumber informasi lainnya yang menyatakan dirinya objektif. Meskipun demikian tidak sedikit media yang mendapatkan tuduhan “media itu tidak objektif”.

Objektivitas berita merupakan suatu keadaan berita yang disajikan secara utuh dan tidak bersifat memihak salah satu sumber berita, yang bertujuan untuk memberi informasi dan pengetahuan kepada konsumen. (Flournoy, 1986 : 48). Setiap berita yang disajikan dalam suatu surat kabar atau majalah harus memenuhi unsur objektivitas. Objektivitas berita merupakan hal yang sangat penting dalam penyajian sebuah berita. Penyajian berita yang tidak objektif dapat menimbulkan banyak ketidakseimbangan, artinya bahwa berita hanya disajikan berdasarkan informasi pada sumber berita yang kurang lengkap dan cenderung sepihak.



Dalam jurnalisme, kebenaran tidaklah bisa diklaim oleh satu pihak, namun harus dikonfirmasi menurut kebenaran dari pihak lain. Inilah mengapa pemberitaan di surat kabar selalu dituntut untuk mengungkapkan kebenaran secara fairness. Yaitu salah satu syarat objektivitas yang juga sering disebut sebagai pemberitaan cover both side, dimana pers menyajikan semua pihak yang terlibat sehingga pers mempermudah pembaca menemukan kebenaran. Selain fairness, pers juga dituntut melakukan pemberitaan yang akurat, tidak bohong, menyatakan fakta bila itu memang fakta, dan pendapat bila itu memang pendapat, dikutip dari Siebert tahun 1986 (Bungin, 2003 : 153 – 154).

Sebuah berita bisa dikatakan obyektif bila memenuhi beberapa unsur, diantaranya adalah tidak memihak, transparan, sumber berita yang jelas, tidak ada tujuan atau misi tertentu. Dilihat dari beberapa unsur di atas banyak sekali berita yang disajikan belum memenuhi unsur-unsur objektivitas atau bisa dikatakan bahwa berita tersebut tidak objektif. Suatu berita yang disajikan tidak objektif hanya akan menguntungkan salah satu pihak dan akan merugikan pihak lain. Dimensi-dimensi objektivitas menurut Rachma Ida terdiri dari aktualitas, fairness dan validitas pemberitaan, dalam akurasi pemberitaan dituliskan bahwa harus ada kesesuaian judul dengan isi berita. (Kriyantono, 2006 : 244 dan juga dalam Bungin, 2003 : 154-155).

Konsep konkret strategi sebaran media massa masing-masing media berbeda, namun prinsip utamanya adalah real time. Media elektronik memiliki konsep real

time yang berbeda dengan media cetak. karena sifatnya yang langsung (live), maka yang dimaksud dengan real time oleh media elektronik adalah seketika disiarkan, seketika itu juga pemberitaan sampai ke pemirsa (Burhan, 2008:197) prinsip dari sebaran media massa adalah semua informasi harus sampai pada pemirsa atau pembaca berdasarkan pada agenda media.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah berita analisis isi sehingga diperoleh pemahaman yang akurat dan penting. analisisnya adalah berita di surat kabar yang analisis ini digunakan untuk mengkaji pesan – pesan di media (Flournoy, 1986:12). Pemanfaatan ilmu komunikasi media massa dapat diperoleh secara tepat implementasi dilapangan atas obyektifitas pemberitaan dari surat kabar yang mejadi subyek penelitian (McQuail, 1994:179).

Untuk dapat memahami ketimpangan arus informasi penulis sengaja memilih media online Tempo.com. Media online Tempo.com dipilih sebagai obyek penelitian karena Tempo.com merupakan salah satu media online yang selalu up to date dalam mengupload berita terbaru, penulis memilih media online Tempo.com karena Tempo merupakan salah satu media terbesar di Indonesia sehingga dampak dari berita yang dikeluarkan oleh Tempo dalam hal ini Tempo.com akan luas membentuk opini publik secara Nasional. Alasan kedua penulis memilih media online Tempo.com karena menyajikan pemberitaan mengenai kasus Pailit PT. Merpati Nusantara dengan perkembangan berita yang cukup detail.

Ini menjadi sebuah berita yang istimewa, berita ini diupdate dengan jarak waktu yang singkat, dalam sehari pemberitaan ini diulas dengan berbagai versi, inilah yang menjadikan pertimbangan penulis untuk memilih media online Tempo.com menjadi objek penelitian.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah analisis isi sehingga diperoleh pemahaman yang akurat dan penting. Analisisnya adalah berita di surat kabar yang analisis ini digunakan untuk mengkaji pesan-pesan di media (flournoy, 1986 : 12). Pemanfaatan ilmu komunikasi media massa dapat diperoleh secara tepat implementasi di lapangan atas objektivitas pemberitaan dari surat kabar yang menjadi subyek penelitian (McQuail, 1994 : 179).

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas yang melandasi penelitian ini, maka judul penelitian ini dirumuskan sebagai berikut : “Bagaimanakah Objektivitas Pemberitaan PT. Merpati dalam media online Tempo.com”

## 1.3. Tujuan penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah objektivitas Pemberitaan PT. Merpati dalam media online Tempo.com.

#### 1.4. Manfaat penelitian

1. Kegunaan teoritis : Menambah kajian ilmu komunikasi yang berkaitan dengan penelitian objektivitas berita, sehingga hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi landasan pemikiran untuk penelitian-penelitian selanjutnya.
2. Kegunaan praktis : penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan bagi redaksi Tempo.com dalam memberitakan Objektivitas berita PT. Merpati dalam media online Tempo.com tidak memihak, transparan, dan sumber berita yang jelas.